新媒体环境下的媒介融合

——探讨传统电视媒体发展途径

摘　要：近年来，我国的传媒技术受到媒介融合环境的影响发生了巨大改变，媒介融合已经成为了当下媒介发展的主流趋势，逐步取代了传统的媒介传播方式和传播内容，媒体传播的范围得到了进到一步扩大，新媒体成为当前各类信息传播的主要媒介，但是实际的增益效果却还未达到预期。由于新媒体和传统电视媒体之间一直处于一种竞争关系，导致新媒体在实际的推广与应用中依旧存在着许多的问题，而传统电视媒体又受到新媒体的强烈冲击受众范围不断缩小，两种媒体之间形成了一种彼此制约的关系，因此，想要两种媒体均得到持续发展，就必须对两者进行有效的融合，取长补短，促使新媒体与传统电视媒体的共同发展。基于此，本文以新媒体环境下的媒介融合为背景，探讨了传统电视媒体的发展途径。

关键词：新媒体环境；媒介融合；传统电视媒体；发展途径
中图分类号：G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2019）09-045-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.010

文 / 闫建华

当前，我国的媒体行业进入了传统电视媒体和新媒体共存的局面，一个层面来说，新媒体对传统电视媒体原有的市场份额产生了强烈的冲击；另一个层面来说，新媒体强化了传统电视媒体间的交流跟合作，两者在竞争与合作两种关系的基础上不断的融合发展，传统电视媒体想要持续发展无法脱离新媒体，需要不断借鉴新媒体的便捷、高效及丰富等传播优势，而新媒体又需要与传统电视媒体合作，来增强自身的影响力和竞争力，因此，传统电视媒体与新媒体的融合有着至关重要的意义。

1. 传统电视媒体发展现状分析

1.1 传统电视媒体的专业型人才不断流向新媒体

无论何种行业，人才都是行业竞争的关键因素。一直以来，传统电视媒体拥有专业型人才的数量还是质量都占绝对优势。但当前来说，许多传统电视媒体人才受到多种因素的影响，不断加入到新媒体行业，面对这一种情况如果传统电视媒体不加大力度进行创新，改变传统的工作方式和激励机制，就会导致电视媒体创收不断降低，收入不断下降，使得许多的专业性媒体人才不得不寻求其他的就业门路，电视媒体对于专业媒体人才的吸引力越来越小，开始大批量涌入新媒体行业 [1]。

1.2 传统电视媒体的收视率过低

面对当前媒介融合的时代背景，传统的电视媒体受到了新媒体带来的巨大冲击和挑战，电视媒体收视持续降低，市场的占有份额也呈现为逐年下滑的趋势。特别是信息时代到来之后，网络化与信息化使得人们的生活方式发生巨大改变，但许多的电视媒体却依旧没意识到这一改变，依旧还在使用传统电视媒体发展模式，使得电视媒体的发展进入了前所未有的瓶颈。例如未出新媒体前，如果一档优秀的电视节目于一个频道播出，则会吸引许多的观众，但是当该节目可以多个频道播放时，观看的观众就会分散，加之现在许多的电视媒体创新力低，产能严重不足，甚至经常模仿或者抄袭一些优质或收视率比较高的节目，使得电视节目的同质化现象非常严重，对于观众的吸引率越来越低 [2]。

1.3 传统电视媒体的地位不断降低

受到新媒体的影响，我国传统电视媒体的地位正在逐步降低，而很多的电视媒体依旧故步自封，不求创新与发展，对于电视栏目的内容制作把关不够严格，粗制滥造的电视节目越来越多，导致更多的观众对电视媒体预期下降，传统电视媒体在市场当中占有份额也在不断下降，对于社会的影响力和公信力越来越低。当前，新媒体使得信息的传播速度越来越快，人们可以自主地参与信息传播，而不像电视媒体受众一样只能以被动性的方式接收信息，无法将自己对新闻事件的看法与观念表达出来，导致更多的受众都开始关注新媒体，而传统电视媒体的地位则在不断下降 [3]。

2. 新媒体的发展现状分析

随着现代信息科学技术的发展，计算机网络技术水平大幅度提高，以计算机技术网络通信技术为基础的新兴媒体也随之得到了快速的发展。新媒体通过互联网络

将手机、平板及笔记本等多种设备作为终端载体，为人们提供更加丰富多样的服务，例如新闻、视频及游戏等等，这些内容使得当代人们的生活方式更丰富多彩，观众可以经由新媒体随时观看自己感兴趣的栏目，而且可以依据自己的意愿对节目的观看进度进行调节，并将界面设置为自己喜欢的类型，这些因素都使得用户更加喜爱新媒体[4]。

目前来说，新媒体已经广泛融入进了人们的日常生活和工作当中，并使得人们的传统生活方式发生了巨大的改变。但在新媒体不断发展的过程中，也发生许多的问题，例如新媒体中的虚假新闻信息越来越多，对社会稳定产生了一定的影响，还有许多的不法分子运用新媒体网络为手段进行诈骗，对人们的财产安全产生了严重的威胁，因此，在新时期的时代背景下，必须要对传统电视媒体与新媒体进行有效融合，对新媒体的发展环境进行优化，同时推动传统电视媒体的创新，促进媒介融合的创新与发展[5]。

3. 新媒体环境下媒介融合的优势分析

3.1 优化信息传播结构

新媒体与传统电视媒体融合，受众的媒体选择更加自由，将以前的单项选择方式转变为受众与媒体之间的双向选择，受众对于媒体可以自由进行选择，进一步优化了传播的结构。受众主动性选择媒体，可以直接参与到媒体信息传播过程中，可以直接和受众进行互动、评论以及反馈，受众和媒体的界限也逐步淡化，受众可以通过不同的环节参与媒体信息传播过程，在接受、反馈信息的同时，也可以将信息分享出去，而读者在浏览时，也可以将自身的资原分享出去，读者数量越大分享出来的资源也就越多[6]。

3.2 把控舆论导向

媒介融合后可以充分发挥对群众舆论导向功能，媒体把政府和群众密切的联系在一起，让两者可以通过媒体进行沟通和联系，发挥媒体的枢纽和纽带作用，对于媒体而言，可以更好的把握舆论导向，这同时也是媒体产业最基本的一项要求，在互联网设备的支持下，政府与群众的沟通不再受到时间和空间限制，让民众可以第一时间知道事件真相。[7]

3.3 强化传播效果

新媒体与传统电视媒体的有效融合，大幅度提升了受众的主动性，这也意味着受众的地位得到提升，使得受众可以一边浏览，一边进行信息评价、反馈以及建议等，且反馈、互动的读者数量越多，信息传播的范围也就越广，信息传播者就可以采集和提取更多的读者信息，不仅信息收集更加简便、成本更低，且准确度更高，目标受众也更具广泛性[8]。

4. 媒介融合下传统电视媒体发展途径分析

4.1 开拓发展路径，强化与新媒体的合作

本世纪是个开放性的时代，同时也是一个合作共赢的时代，共享合作即是新时代发展的主题，因此，传统电视媒体与新媒体必须要媒介融合发展强化合作和交流，通过合作的方式促进自身的发展与进步。当前，我国大部分的传统电视媒体均与新媒体建立了合作关系，例如腾讯、优酷这些视频网站都与央视达成了合作，且央视、卫视这些传统电视媒体都在逐步入驻网络媒体平台，进一步强化了信息的传播。此外一些实力较强的电视媒体自己构建了新媒体平台，可以通过新媒体在自家的网络平台发表独家信息，例如央视构建独家 APP，且在多个视频网站均有独立的宣传平台，不仅使受众范围更广，自身的影响力也得到了提升，所以面对媒介融合的新时代，传统电视媒体必须要学会与新媒体合作，彼此促进，才能创造双赢局面[9]。

4.2 不断深化传统电视媒体与新媒体的融合范围

传统的电视媒体必须要意识到与新媒体融合发展的重要性，并以此作为基础对两者的融合范围与领域进行不断深化，例如，传统电视媒体可以选取优质的电视节目在公交车上播放，通过这种方式掌握受众对新闻节目观看习惯，进而有针对性的合作。电视媒体还可把自己的内容转移至新媒体，这样不仅可以增加新媒体的受众与流量，同时还能促进自身发展。而新媒体也必须主动和传统电视媒体达到合作，以取得更多的电视媒体官方资讯和信息，例如天气预报、路况信息等等，进一步拓展自身的信息功能，使得两者成功实现融合发展[10]。

4.3 传统电视媒体与新媒体之间相互借鉴

电视媒体与新媒体是一种相互依存的关系，在未来的发展无法彼此取代，因此，想要使得电视媒体与新媒体实施有效融合，那么两者就必须要相互借鉴，取长补短，才能适应新时代对于媒体发展的需求。传统电视媒体除了要将传统优势充分发挥出来之外，还要不断学习新媒体的快捷、交互及开放共享等多种优点，强化和受众之间的互动与交流，深入至观众群体，全面掌握观众的实际需求，依据观众的审美制作出创新、优质的电视节目，激发观众的兴趣。同时，新媒体也要发挥自身优势时，加强学习传统电视媒体的优点，严格把控新媒体节目的质量，优化节目的思想内容，使其与主旋律更加符合，进一步净化新媒体的传播与制作环境和渠道，实现传统电视媒体与新媒体的协同发展[11]。

4.4 传统电视媒体须注重网络新媒体平台的构建

当前，新媒体对于传统电视媒体发展造成了较大的

负面影响，面对这一情况，各个电视台必须要转变传统的发展理念，对电视媒体发展模式进行不断创新，积极构建网络新媒体平台，将电视传播形式扩展为网络传播，让更多的观众可以通过网络平台对自己喜欢的节目进行下载、点播，以此提升节目的收视率，最大化的发挥电视节目的价值，例如，央视提出了“台网融合一体化”的发展战略，并以此为基础，构建了视频手机报、网络视频云平台、CCTV 手机电视以及央视网等多个 APP，这些平台可以为受众提供更多含图文、音频以及视频的综合性新闻资讯，使受众可以更方便的浏览信息，有效地促进了传统电视媒体的媒介融合发展 [12-13]。

4.5 传统电视媒体必须坚持“以人为本”的创新理念

当前是一个多种媒体百花齐放的时代，媒体之间的竞争日益激烈，传统电视媒体想要在此时完成转型发展，就必须坚持“以人为本”的发展理念，把受众作为各类信息资源传输的关注主体，制作电视节目时以服务受众为核心，将受众作为根本，通过电视和互联网络之间的双向融合，引导受众参与到节目的全过程中，与受众形成一种良好互动，以此了解受众的实际需求，进一研究电视节目的增值潜力与发展空间，通过优势互补、交互沟通的方式，推动传统电视媒体和新媒体的融合发展，同时对各类信息资源进行高效整合，对实体传播资源的来源进行优化和拓展，使得新闻报道内容更加丰富，利用微博、微信等新兴媒体，将传统电视节目与网络热点进行编制，创新电视媒体发展模式 [13-15]。

结语

总之，传统电视媒体想要进步和发展离不开新媒体，传统电视媒体想要实现媒介的融合发展，就必须顺应媒介融合的发展趋势，借鉴新媒体的便捷、高效及丰富等优点，不断创新和改革，整合新旧媒体的优势，促进自身发展；而新媒体也需要与传统电视媒体达到合作，两者不断拓展发展路径、深化融合范围，提升自身的影响力和竞争力，推动我国媒体行业的稳健发展。媒

参考文献

[1] 徐婕妤 . 媒介融合下电视媒体盈利模式的思考 [J]. 大众文艺，2019（18）：186-187.
[2] 韩东华 . 移动网络素材与传统电视媒体的结合与再利用策略分析 [J]. 传播力研究，2019，3（23）：75，77.
[3] 吴郑华 . 媒体融合对传统电视行业的影响 [J]. 传播力研究，2019，3（23）：79.
[4] 王佳乐 . 媒介融合背景下我国电视综艺节目的创新探索 [J]. 当代电视，2019（8）：84-86.
[5] 关学伟 . 新媒体环境下的电视新闻节目策划探讨 [J]. 新闻传播，2019（14）：63-64.
[6] 李婵 . 媒体融合背景下卫视转型途径探索 [J]. 新闻传播，2019（13）：112-113.
[7] 魏景霞 . 新媒体变革下电视媒体的困境与出路 [J]. 西部广播电视，2018（20）：20-21.
[8] 赵晓燕 . 新媒体环境下电视节目短视频化的媒介融合传播策略 [J]. 西部广播电视，2018（20）：24，26.
[9] 钟浩明 . 浅析新媒体时代电视媒体的融合发展之路 [J]. 新闻研究导刊，2018，9（19）：256.
[10] 丁粒立 . 新媒体背景下电视新闻节目的形式创新与变革 [J]. 传播力研究，2018，2（29）：61.
[11] 刘冰 . 媒介融合背景下电视新闻的新媒体应用探析 [J]. 视听，2018（9）：242-243.
[12] 孟旭 . 电视媒体和新媒体融合与发展探究 [J]. 西部广播电视，2018（16）：64，68.
[13] 郜浙琳 . 基于新媒体环境下电视节目短视频化的媒介融合传播问题分析 [J]. 传播力研究，2018，2（22）：73-74.
[14] 李旸 . 媒体融合背景下电视媒体运营文化活动的对策与建议——以南宁电视台晚会活动为例 [J]. 视听，2018（7）：32-33.
[15] 陈争辉 . 新媒体时代电视媒体的融合发展途径 [J]. 电视指南，2018（12）：15-16.

（作者单位：山东广播电视台融媒体资讯中心）